



## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN YANG MELAKUKAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN HOY JAKARTA)**

Lalu Harun Noval<sup>1</sup>

<sup>1)</sup> *Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom, Indonesia*

<sup>1)</sup> *lalunoval@student.telkomuniversity.ac.id*

---

### **INFO ARTIKEL**

Diterima: 07 Agustus 2019 Direvisi: 23 September 2019

Diterima: 15 Oktober 2019

#### **Kata Kunci**

Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Online

#### **Keywords**

Service Quality, Product Quality Customer Satisfaction. Online

---

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap konsumen pada Industri fashion Hoy Jakarta. Metode yang digunakan adalah kuantitatif, sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan probability sampling kepada 100 konsumen Hoy Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode MSI sebagai alat pengolah data. dari hasil pengolahan data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uji koefisien determinasi kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 80% terhadap kepuasan. Di masa depan diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan dan produk terutama dalam hal yang berhubungan langsung dengan konsumen.

### **ABSTRACT**

The purpose of this study was to determine the effect of service quality and product quality on consumers in the Hoy Jakarta fashion industry. The method used is quantitative, while the sampling technique used is probability sampling to 100 Hoy Jakarta consumers. This research uses the MSI method as a data processing tool . from the results of data processing using multiple linear regression analysis. The results showed that service quality and product quality had a significant effect on consumer satisfaction. Based on the coefficient of determination of service quality and product quality, it has an effect of 80% on satisfaction. In the future, it is expected to continue to improve the quality of services and products, especially in matters relating directly to consumer.

---

\* Corresponding author at:

E-mail address: *lalunoval@student.telkomuniversity.ac.id*

Published by School of Communication & Business, Telkom University.

## 1. Pendahuluan

Seiring dengan berkembangnya teknologi internet, lahirlah beberapa produk hasil pengembangan tersebut dimana salah satunya disebut media sosial. Dalam dunia bisnis sosial media digunakan sebagai alat penghubung yang praktis antara pelaku bisnis dengan pelanggan. Salah satu dari akun media sosial yang paling banyak diunduh saat ini di Indonesia adalah Instagram. Manfaat Instagram dalam aktivitas bisnis yaitu dapat memicu banyak bentuk *Business to Consumer (B2C)*

Instagram memudahkan konsumen untuk melihat produk yang dijual, dan Berbicara tentang produk yang dipasarkan dalam perdagangan online itu sangatlah beragam, salah satu produk yang sangat diminati oleh konsumen terutama pada kalangan remaja dan mahasiswa adalah produk *fashion* atau busana. Instagram memudahkan konsumen untuk melihat produk yang dijual dengan bertambah banyak fungsi menjadi tempat strategis bagi para pebisnis untuk memasarkan barang dagangan jualan online.

Berbicara tentang produk yang dipasarkan dalam perdagangan online itu sangatlah beragam, salah satu produk yang sangat diminati oleh konsumen terutama pada kalangan remaja dan mahasiswa adalah produk *fashion* atau busana. Beberapa kondisi yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa minat pembelian orang secara online akan semakin meningkat dan akan membuat orang semakin tertarik untuk membeli secara online

Menurut Muharan (2014, p.54), kepuasan konsumen adalah tanggapan atau respon yang akan diberikan konsumen apabila produk dan jasa yang ia terima sesuai dengan harapannya, memperoleh rasa senang dan puas. Puas atau tidaknya konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti: kualitas pelayanan dan kualitas produk (Hermawan, 2015). Menurut Yulianti (2015) kepuasan konsumen bagi perusahaan menjadi acuan keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanannya pada konsumen. Untuk mencapai kepuasan konsumen perusahaan dapat memberikan kualitas pelayanan yang optimal sesuai dengan harapan konsumen. Konsumen yang terpuaskan akan menjadi dampak positif bagi perusahaan. Menurut Kotler (2014:150) “kepuasan konsumen yaitu perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”.

Hoy Jakarta merupakan salah satu online shop yang ada di Jakarta Barat. Yang bergerak dibidang industri fashion, menjual berbagai macam produk seperti tas, sepatu, baju dan celana.

Sebagai *online shopping store* di media instagram yang tidak bertatap muka secara langsung seharusnya para *online shopping store* yang memperjualkan barangnya yang sesuai dengan yang ditampilkannya dan memberikan respon yang baik atau cepat terhadap konsumen ketika ada keluhan agar konsumen pelanggan yang belanja di *online shopping store* pada media instagram merasa puas.

## 2. Tinjauan Pustaka

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2014:26) Jasa dapat didefinisikan sebagai “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangibles (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2013:7), “jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.”

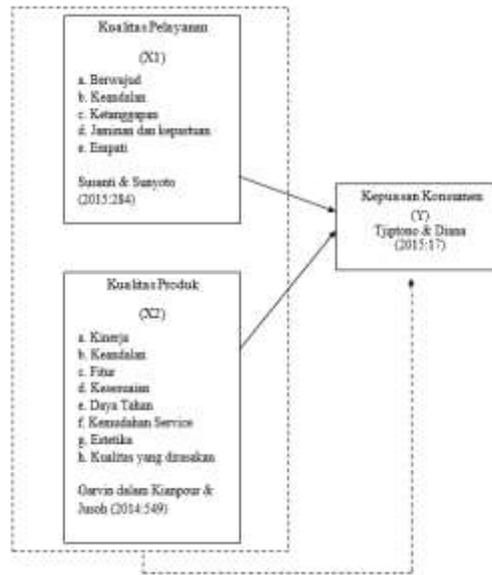
Menurut Kotler & Keller (2018:143) Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan dan tersirat. Menurut Susanti & Sunyoto (2015:284) Kualitas pelayanan merupakan perpaduan antara sifat karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan. Kualitas produk adalah kemampuan yang dimiliki suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Menurut Kotler dan Keller (2016:164) menyatakan, kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil yang sesuai atau bahkan melebihi dari apa yang diinginkan konsumen.

Menurut Menurut Feingenbaum dalam Marwanto (2015:153) menyatakan bahwa, Kualitas produk merupakan seluruh gabungan karakteristik dari pemasaran, rekayasa (perencanaan), pembuatan produk dari pemasaran.

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014: 43) “Kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.”

“Kepuasan konsumen adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.” (Windasuri dan Susanti, 2017:64). Sedangkan menurut Kotler (2005) dalam Windasuri dan Susanti (2017:64) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dengan harapannya.

Berdasarkan Kajian teori tersebut. Maka dikembangkan kerangka pemikiran teoritis dengan sebagai berikut :



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan kerangka pemikiran dan hipotesis, maka penulis mengambil keputusan sementara atau hipotesis dalam penelitian ini bahwa **“Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Hoy Jakarta.**

### 3. Metode

Metode penelitian pada naskah artikel menjelaskan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, waktu dan lokasi penelitian, instrument penelitian, cara pengambilan sampel, dan pengumpulan data, dan analisis data.

Jenis Penelitian yang dilakukan di dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan Deskriptif kausal. Teknik sampling yang digunakan adalah non-probability sampling dengan jenis incidental sampling, jumlah sampel ditentukan dengan rumus lemeshow berjumlah 96 responden. Penelitian ini menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI) sebagai alat bantu pengolahan data untuk menguji pengaruh secara parsial dari variabel dependen Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap variabel independen Kepuasan Konsumen pada studi kasus konsumen Hoy Jakarta.

Uji Validitas Adalah mengukur apakah pernyataan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak di ukur sedangkan Uji Reliabilitas dilakukan untuk

mengukur konsistensi jawaban atau tanggapan responden terhadap keseluruhan item pertanyaan atau pernyataan yang diajukan.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

Penulis akan menjelaskan hasil penelitian yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan konsumen. Sumber data utama yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan di Hoy Jakarta dengan responden penelitian adalah konsumen Hoy Jakarta yang melakukan pembelian di Hoy Jakarta dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang menjadi sampel penelitian.

Responden dalam penelitian ini konsumen Hoy Jakarta. penelitian ini, penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Berdasarkan 100 responden yang ada, terdapat penggolongan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan perbulan. Berikut hasilnya :

**Tabel 1. Data Responden**

No.	Karakteristik	Kategori	%
		Laki-laki	69%
		Perempuan	31%
		18 – 25 tahun	71%
		26 – 60 tahun	29%
		Pelajar/Mahasiswa	39%
		PNS/BUMN	14%
		Karyawan Swasta	29%
		Wirausahawan	18%
		< Rp 1.500.000	1%
		Rp 1.500.000- Rp 2.500.000	9%
		Rp 2.500.001- Rp 3.500.000	57%
		>Rp 3.500.000	33%

Sumber: Data Olahan Peneliti

Hasil perhitungan uji validitas dan uji reliabilitas kuesioner sebagaimana data pada tabel menunjukkan bahwa seluruh pernyataan untuk variabel pengalaman kerja dan kinerja adalah valid. Karena memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  table 0.312 atau tingkat signifikansi  $<$  0,05. Selanjutnya hasil koefisien reliabilitas instrument pengalaman kerja diperoleh Cronbach alpha sebesar 0,756 dan instrument pengalaman kerja sebesar 0,800 lebih besar dari 0.6 yang berarti kedua instrument dinyatakan reliabel.

**Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X1 dan X2**

Variabel	No. Item	Kor (r)			Koef	
		R hitung	R tabel	status	Alpha Cornbach	Status
	1	0,695	0.361	Valid		
	2	0.562	0.361	Valid		
	3	0.605	0.361	Valid		
	4	0.503	0.361	Valid		
	5	0,508	0,361	Valid		
	6	0,569	0,361	Valid		
	7	0,748	0,361	Valid		
	1	0,717	0.361	Valid		
	2	0.716	0.361	Valid		
	3	0.717	0.361	Valid		
	4	0.596	0.361	Valid		
	5	0,523	0.361	Valid		
	6	0.549	0.361	Valid		
	7	0,734	0.361	Valid		
	8	0,656	0.361	Valid		

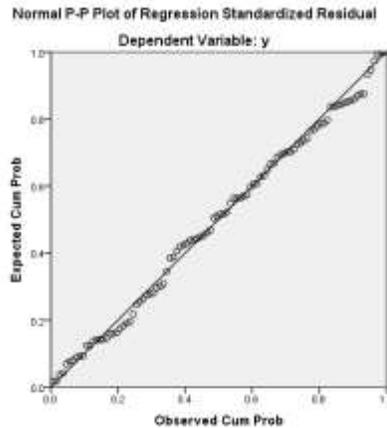
Sumber: Data Olahan Peneliti

**Tabel 3. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y**

Variabel	No. Item	Korelasi (r)			Koef	
		R hitung	R tabel	Status	Alpha Cornbach	Status
	1	0,759	0.361	Valid		
	2	0.742	0.361	Valid		
	3	0.778	0.361	Valid		
	4	0.638	0.361	Valid		
	5	0,576	0,361	Valid		

Sumber: Data Olahan Peneliti

Hasil pengujian normalitas dilakukan dengan membandingkan penyebaran distribusi data dengan data normal baku. Berikut merupakan hasil pengujian normalitas pada penelitian ini:



**Gambar Grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 3 menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu, berdasarkan gambar, Kepuasan Konsumen yang pertama terpenuhi, yaitu data berdistribusi normal.

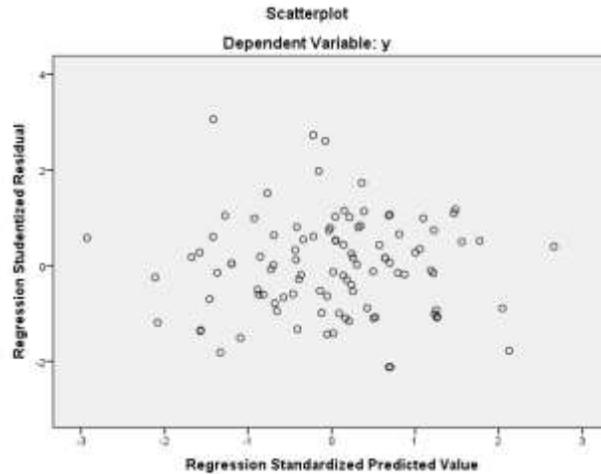
**TABEL 5. UJI MULTIKOLINEARITAS**

Coefficients <sup>a</sup>								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	.230	.167		1.380	.171		
	X1	.457	.111	.399	4.120	.000	.219	4.576
	X2	.558	.103	.522	5.391	.000	.219	4.576

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil olahan penulis

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada table di atas, diketahui bahwa Variabel Pengalaman Kerja Karyawan memiliki nilai toleransi sebesar 1.00 dan VIF sebesar 1.00, sehingga menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel tersebut karena nilai toleransi diatas 0.10 dan nilai VIF dibawah 10.00.



**Gambar 3 Uji Heterokedastisitas**

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar di atas, diketahui bahwa sebaran titik-titik pada Scatterplot acak, tidak membentuk pola tertentu, dan menyebar baik di atas maupun di bawah angka 0 sumbu Y, sehingga menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data tersebut.

**TABEL 6. ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA**

Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
	(Constant)	.230	.167	
	X1	.457	.111	.399
	X2	.558	.103	.522

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan tabel di atas, diketahui persamaan regresi linear sederhana Nilai konstanta dari persamaan diatas adalah 2.274, angka ini menunjukkan apabila varibel dependen Kinerja Karyawan tidak dipengaruhi oleh variabel independen Pengalaman Kerja Karyawan, maka akan diperoleh nilai untuk variabel dependen Kinerya Karyawan adalah 2.274.

**TABEL 7. ANALISIS SIMULTAN**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	33.743	2	16.872	195.163	.000 <sup>b</sup>
	Residual	8.385	97	.086		
	Total	42.129	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1, X2

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Pada Tabel dapat dilihat  $F_{hitung}$  adalah 195.163 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu, pada kedua perhitungan yaitu  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $195.163 > 3,09$ ) dan tingkat signifikansinya  $0,000 < 0,05$ .

#### 4.7 Uji T.

**TABEL 8. KOEFISIEN SIMULTAN**

Coefficients <sup>a</sup>								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	.230	.167		1.380	.171		
	X1	.457	.111	.399	4.120	.000	.219	4.576
	X2	.558	.103	.522	5.391	.000	.219	4.576

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olahan Penulis

**TABEL 9. KOEFISIEN DETERMINASI**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.895 <sup>a</sup>	.801	.797	.29402

a. Predictors: (Constant), X1, X2

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0.427. Dari hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi adalah 42.7%. Hal tersebut menunjukkan bahwa Pengalaman Kerja Karyawan berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan sebesar 42.7%. Sedangkan 57.3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi penelitian ini.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pengujian Hipotesis yang telah dilakukan didapatkan hasil sebagai berikut : Kualitas pelayanan Hoy Jakarta di Instagram secara keseluruhan berada dalam kategori baik dengan persentase 71,2%. Kualitas produk Hoy Jakarta di Instagram secara keseluruhan berada dalam kategori baik dengan persentase 72,6%. Kepuasan Konsumen Hoy Jakarta di Instagram secara keseluruhan berada dalam kategori baik dengan persentase 71,76%. Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto dan Setyobudi Ismanto. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang Gava Media.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Management*. Edisi 15, Global Edition  
United Kingdom: Pcarson Education.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan  
Bob Sabran Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi ke-3. Jakarta:  
Salemba Empat.
- Muharam Irwan. (2014). *Pengaruh Variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan  
pelanggan, UPI “YPTK”*: Padang.
- Ryan, J., & Casidy, R. (2018). The role of brand reputation in organic food consumption: A  
behavioral reasoning perspective. *Journal of Retailing and Customer Services*, 41, 239-247.
- Sekaran, U. & R. Bougie. 2016. *Research methods for business: a skill building approach*. John  
Wiley and Sons, Hoboken, NJ, USA.
- Sharma, S., & Mathur, G. (2018). Effect of Trust, Perceived Value, Brand Reputation and Service  
Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty: A Study of Print and Electronic  
Media. *IJMR*. 8(5), 1-11.
- Sunyoto, Suyanto. (2011). *Analisis regresi untuk uji hipotesis*, Yogyakarta: Caps
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Yulianti, Nina. (2011). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Komitmen, dan Pelayanan  
terhadap Loyalitas Nasabah*. Semarang : Universitas Dian Nuswantoro

